vinetur

Bierumsatz in britischen Gastronomiebetrieben Mitte November um 2,8 % gesunken

Der NielsenIQ-Tracker zeigt, dass sich der Rückgang im Jahresvergleich von 6,2 % in der Vorwoche abschwächte – ein Hinweis auf nachlassenden Druck vor Weihnachten.

Montag, 23. November 2026



Der Bierumsatz in britischen Gastronomiebetrieben lag in der Woche bis zum 14. November weiterhin unter dem Vorjahresniveau. Die Rückgangsrate fiel jedoch deutlich geringer aus als bei der vorherigen Erhebung, wie aus den am 20. November von NielsenIQ veröffentlichten Daten hervorgeht.

Laut dem Daily Drinks Tracker von NielsenIQ sank der wertmäßige Bierumsatz in seinem Panel für Großbritannien gegenüber derselben Woche 2025 um 2,8 %. Damit fiel der Rückgang geringer aus als das Minus von 6,2 % im Jahresvergleich, das für die Woche bis zum 7. November verzeichnet worden war.

Damit verbesserte sich die jährliche Rückgangsrate zwischen den beiden wöchentlichen Erhebungen um 3,4 Prozentpunkte. Das bedeutet nicht, dass der Bierumsatz von einer Woche zur nächsten um 3,4 % gestiegen ist. NielsenIQ veröffentlichte weder die zugrunde liegenden Umsatzzahlen in Pfund noch Angaben zum Absatzvolumen. Daher lässt sich anhand der veröffentlichten Daten die absolute Umsatzveränderung zwischen den beiden Wochen nicht berechnen.

Die Zahlen beziehen sich auf Gastronomiebetriebe, die von organisierten Gruppen geführt werden und zum von NielsenIQ erfassten Panel in Großbritannien gehören. Damit liefern die Daten vor dem Weihnachtsgeschäft einen nützlichen Hinweis für einen Teil des Marktes. Sie bilden jedoch weder alle Gastronomiebetriebe in Großbritannien ab noch den gesamten Biermarkt.

Der Tracker misst den Umsatz, nicht die verkaufte Biermenge. Da die Veröffentlichung keine Aufschlüsselung nach Preisen, Inflation, Produktmix oder Bierstilen enthält, zeigen die Zahlen nicht, ob die Verbraucher physisch mehr Bier kauften oder lediglich anders viel dafür ausgaben. Die Daten trennen außerdem nicht den Einfluss der Menüpreise von Veränderungen der Kundennachfrage.

Trotz der Verbesserung zeigt die jüngste Erhebung weiterhin, dass der Bierumsatz in den erfassten Betrieben niedriger lag als ein Jahr zuvor. Das deutet darauf hin, dass die Geschäftslage schwächer blieb als in der Vergleichswoche 2025. Der Abstand verringerte sich jedoch, als sich die Betreiber der Jahresend- und Weihnachtssaison näherten, in der Pubs, Bars und Restaurants üblicherweise auf mehr Gäste und höhere Ausgaben hoffen.

NielsenIQ bezeichnete die Zahlen als Teil seiner laufenden eigenen Umsatzbeobachtung. Die Veröffentlichung enthielt keine vergleichbare kumulierte Gesamtzahl für Bier. Das schränkt weitergehende Schlussfolgerungen zur Entwicklung der Kategorie im längeren Verlauf des Herbstes ein.

Für Betreiber und Lieferanten lautete die wichtigste Botschaft des Updates vom 20. November, dass der Druck auf den Bierumsatz in den erfassten Gastronomiebetrieben Mitte November nachzulassen schien – nicht jedoch so weit, dass die Kategorie wieder ins Wachstum zurückkehrte. Da der Markt weiterhin im Minus lag und die Abdeckung nur einen Teil des Marktes umfasste, deuten die Daten auf einen schwächeren Rückgang, nicht auf eine vollständige Trendwende hin.